

Separata ao Boletim do Exército

MINISTÉRIO DA DEFESA
EXÉRCITO BRASILEIRO
SECRETARIA-GERAL DO EXÉRCITO

SEPARATA AO BE Nº 48/2019

PORTARIA Nº 1.886, DE 14 NOVEMBRO DE 2019

Aprova o Plano de Comunicação Social do Exército para os anos de 2020 a 2023 (EB10-P-11.001) e dá outras providências.

Brasília-DF, 29 de novembro de 2019.



MINISTÉRIO DA DEFESA
EXÉRCITO BRASILEIRO
GABINETE DO COMANDANTE

PORTARIA Nº 1.886, DE 14 DE NOVEMBRO DE 2019

Aprova o Plano de Comunicação Social do Exército para os anos de 2020 a 2023 (EB10-P-11.001) e dá outras providências.

O COMANDANTE DO EXÉRCITO, no uso das atribuições que lhe conferem o art. 4º da Lei Complementar nº 97, de 9 de junho de 1999, alterada pela Lei Complementar nº 136, de 25 de agosto de 2010, e o inciso XIV do art. 20, do Anexo I, da Estrutura Regimental do Comando do Exército, aprovada pelo Decreto nº 5.751, de 12 de abril de 2006, e de acordo com o que propõe o Centro de Comunicação Social do Exército, ouvidos o Órgão de Direção Geral, o Órgão de Direção Operacional, os Órgãos de Direção Setorial, os Órgãos de Assistência Direta e Imediata e os Comandos Militares de Área, resolve:

Art. 1º Fica aprovado o Plano de Comunicação Social do Exército para os anos de 2020 a 2023 (EB10-P-11.001), que com esta baixa.

Art. 2º Fica revogada a Portaria do Comandante do Exército nº 1.033, de 17 de agosto de 2017.

Art. 3º Esta Portaria entra em vigor a partir de 1º de janeiro de 2020.

PLANO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO EXÉRCITO PARA OS ANOS DE 2020 A 2023 (EB10-P-11.001)

SUMÁRIO

1. FINALIDADE

2. REFERÊNCIAS

3. GENERALIDADES

4. FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

a. Missão da Comunicação Social do Exército

b. Arquitetura de Comunicação Social Exército

c. Visão de Futuro da Imagem do Exército e Implicações para a Comunicação Social

5. ESTRUTURA DO SISTEMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO EXÉRCITO BRASILEIRO

6. TEMAS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

7. AÇÕES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

a. A cargo do Centro de Comunicação Social do Exército

b. A cargo das Agências Classe "A"

c. A cargo das Agências Classe "B" e "C"

d. A cargo das Agências Especiais

ANEXOS:

A – Legislação de referência de Comunicação Social

B - Modelo de Contrato de Cessão de Direito de Uso de Imagem

C - Formulário para Atendimento a Solicitação de Apoio Externo de Comunicação Social

1. FINALIDADE

O presente Plano tem a finalidade de orientar o planejamento e a execução das atividades e ações de Comunicação Social do Exército, bem como definir as atribuições dos órgãos integrantes do Sistema de Comunicação Social do Exército (SISCOMSEx) para o período de 2020 a 2023.

Em complemento a este Plano, será emitida uma Diretriz de Comunicação Social, de periodicidade anual, visando a estabelecer as atividades e ações específicas para o período considerado.

2. REFERÊNCIAS

a. Diretriz do Comandante do Exército Brasileiro - 2019;

b. Plano Estratégico do Exército (PEEx) / 2020-2023 - 4ª Edição; e

c. Legislação de Comunicação Social, listada no Anexo A deste Plano.

3. GENERALIDADES

A Comunicação Social (Com Soc), diante da importância crescente da informação em um mundo cada vez mais interconectado e interdependente, está inserida em todas as atividades da Força, particularmente no emprego, constituindo-se uma importante ferramenta no processo de tomada de decisão, além de permitir ao Exército Brasileiro (EB) interagir, cada vez mais, com a opinião pública.

A credibilidade e a reputação alcançadas pelo EB perante a sociedade, em face de resultados obtidos nas mais diversas ações em que a Força Terrestre se fez e se faz presente, aumentam sua exposição na mídia. Dessa forma, cabe a cada integrante do EB atuar como um Agente de Com Soc, contribuindo e sendo responsável pelo fortalecimento e pela preservação da imagem institucional.

Não obstante os elevados índices de confiança (em torno de 80%) creditados ao EB por meio de pesquisas de opinião de vários institutos, verifica-se que há oportunidades de melhorias perante os públicos-alvo de interesse. Assim, de 2020 a 2023, as atividades de Com Soc serão voltadas para os diferentes setores da sociedade, camadas sociais e regiões geográficas, e devem ser planejadas nos diversos níveis, visando a ampliar o grau de confiança da Instituição junto à opinião pública.

A Com Soc deverá enfatizar a mensagem de "Defesa da Pátria" como a principal missão do Exército e veicular o Preparo e Emprego como atividades-fim da Força Terrestre.

Considerando as conjunturas política e econômica do País e seus reflexos para a gestão dos serviços públicos prestados pelo Estado, dois temas ganham relevância: o Sistema de Proteção Social dos Militares das Forças Armadas e a Racionalização Administrativa. O Sistema de Proteção Social deverá ser enfatizado nas ações de Com Soc do EB, visando à consolidação e à preservação de um sistema adequado às peculiaridades da carreira militar, perante os processos de reforma propostos pelo Governo Federal. Quanto à Racionalização Administrativa, o tema deverá ser explorado e difundido, seguindo as orientações do Estado-Maior do Exército (EME) previstas em portaria.

O tradicional papel do EB no fortalecimento da Base Industrial de Defesa deve ser abordado a partir das iniciativas do Sistema Defesa, Indústria e Academia de Inovação (SisDIA de Inovação), sob coordenação do Departamento de Ciência e Tecnologia (DCT).

O Portfólio Estratégico do Exército é outro tema de destaque, particularmente o Subportfólio Defesa da Sociedade. A sua divulgação deverá esclarecer ao público que os programas estão em consonância com a Estratégia Nacional de Defesa (END) e com o desenvolvimento nacional.

A "Defesa da Amazônia" deverá ser enfatizada, evidenciando a importância da presença do EB na região e os benefícios de sua atuação para a população local.

No tema "Fronteira", deverão ser destacados os reflexos da atuação do EB na Faixa de Fronteira para o desenvolvimento nacional, a soberania, a integridade e a segurança da população, inclusive nos grandes centros. Assim, serão realçadas as três capacidades básicas de monitoramento-presença-mobilidade, proporcionadas pela presença da Força Terrestre na região.

O SISCOMSEx deverá atuar em consonância com todos os Objetivos Estratégicos do Exército (OEE), estabelecidos pelo Plano Estratégico do Exército (PEEx)/2020-2023 - 4ª Edição, de modo a empregar o vetor de Com Soc como elemento de divulgação e consolidação dos objetivos, especialmente nas ações de divulgação da cultura institucional e de interatividade com a sociedade brasileira e influenciadores, previstos respectivamente nos OEE 11, 13 e 14.

Em função desses objetivos, é imprescindível que o Centro de Comunicação Social do Exército (CCOMSEx), órgão central do SISCOMSEx, produza conteúdos regulares com linguagem jornalística, por meio da Agência Verde-Oliva, voltados à disseminação do emprego da Força Terrestre e dos valores da Instituição. Além disso, deve manter os diversos públicos oportuna e efetivamente informados das ações do EB e de outros conteúdos de interesse. Igualmente relevante são as atuações do EME, dos Órgãos de Direção Setorial (ODS), do Comando de Operações Terrestres (COTER), dos Órgãos de Assistência Direta e Imediata ao Comandante do Exército (OADI) e dos Comandos Militares de Área (C Mil A), objetivando estruturarem suas respectivas Agências de Com Soc para atuarem em proveito de suas demandas.

Constantes evoluções tecnológicas atreladas à comunicação surgiram e vão continuar surgindo em velocidade cada vez mais acentuada. Hoje, as informações chegam de forma instantânea ao público-alvo que, ao mesmo tempo em que as recebe, também produz, compartilha e interage.

Além de influenciar o comportamento do ser humano e como ele se relaciona com o mundo, as tecnologias de comunicação possibilitam novos pontos de contatos com o público, podendo estabelecer um relacionamento mais forte e duradouro.

O CCOMSEx tem utilizado a tecnologia em favor do cumprimento de seus objetivos estratégicos, o que pode ser caracterizado pela criação de um Estágio Geral de Comunicação Social à distância, voltado à capacitação dos agentes do SISCOMSEx. A Inteligência Artificial (IA) tornou-se presente na comunicação do EB com a incorporação do Módulo Auxiliar de Relações Públicas (MAX).

Não só o CCOMSEx, enquanto órgão central do SISCOMSEx, mas todas as agências de comunicação do Sistema devem estar atentas a esses fatos e trabalhar proativamente quanto ao emprego da tecnologia no dia a dia da comunicação da Força.

4. FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

a. <u>Missão da Comunicação Social do Exército</u>

A fim de preservar e fortalecer a imagem da Força perante a sociedade brasileira, bem como em relação à comunidade internacional, a Com Soc deverá conduzir atividades de relações públicas (RP), de assessoria de imprensa e de divulgação institucional em todos os níveis de comando, difundindo o trabalho, a importância, os princípios, os valores e os atributos militares que embasam e norteiam o EB.

Para cumprir sua missão, a Com Soc deve balizar suas ações nos seguintes preceitos:

1) fornecer respostas adequadas e oportunas aos questionamentos da sociedade relacionados à Instituição;

2) privilegiar a atividade-fim da Força, considerando a importância das atividades subsidiárias na integração Exército-comunidade e da opinião pública no respaldo às decisões militares;

3) atuar para manter, em níveis elevados, a credibilidade e a confiança da sociedade na Instituição; e

4) promover o aumento do poder de combate da Força Terrestre pela prevenção dos erros de entendimento e de percepção dos públicos interno e externo, e pelo fortalecimento do moral, da coesão e do espírito de corpo da tropa.

b. Arquitetura da Comunicação Social do Exército

A Com Soc do EB deverá atuar nos ramos de atividades de relações públicas, assessoria de imprensa e divulgação institucional, balizadas pelos princípios e pilares apresentados na Figura 1 - Arquitetura da Comunicação Social, visando cumprir a missão de preservar e fortalecer a imagem do EB.

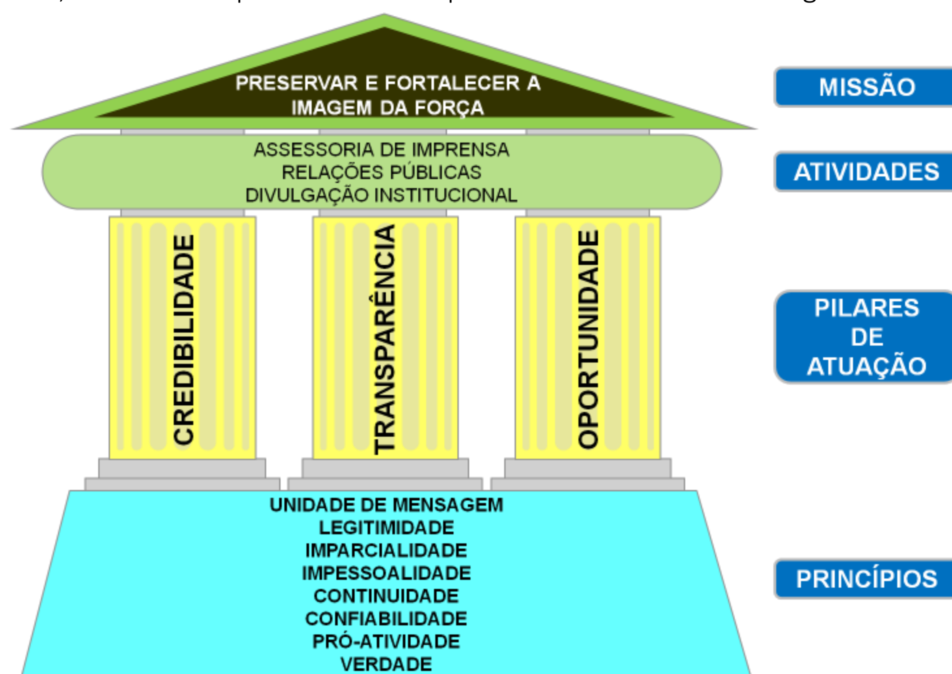


Figura 1 - Arquitetura da Comunicação Social

Os objetivos das Atividades de Com Soc, bem como as definições dos seus Pilares de Atuação e Princípios, estão listados no Manual de Fundamentos de Comunicação Social, 2ª Edição, 2017, Port nº 520-EME, de 20 de dezembro de 2017 (EB20-MF-03.103) disponível na Rede do Sistema de Comunicação Social do Exército (RESISCOMSEx).

c. Visão de Futuro da Imagem do Exército e Implicações para a Comunicação Social

A eleição de um presidente e de um vice-presidente de origem militar e o aumento da participação dos militares do EB, não somente no Governo Federal, mas também nas esferas estaduais e municipais, tende a dificultar a dissociação da imagem do EB como uma Instituição de Estado e não de governos.

Sob essa ótica, há de se reforçar para a sociedade que, ao longo do tempo, a despeito das diversas mudanças de regimes e formas de governo pelas quais o País passou, o EB manteve-se apegado aos mesmos valores de Instituição permanente que é, os quais constituem fatores de sua identificação e sustentação.

É justamente essa Instituição de Estado que tem atuado e se empenhado pelo desenvolvimento nacional e bem-estar social dos brasileiros. As campanhas a serem executadas devem ter a capacidade de fazer o público-alvo entender que o Braço Forte sempre sustentou a Mão Amiga que constrói estradas, que apoia imigrantes na fronteira, que assiste desabrigados em calamidades e que se faz presente em todos os lugares para todos os brasileiros.

O anseio das pessoas de bem por valores como honestidade, ética, moral, dedicação e patriotismo pode ser aproveitado como uma janela de oportunidade favorável à Força, uma vez que tais características são atribuídas aos militares do Exército.

O elevado grau de confiança da sociedade, medido por meio de pesquisas de opinião, deverá ser utilizado como parâmetro de medição inicial, visando ao aumento da confiabilidade e fortalecimento da imagem do EB. Para tanto, o SISCOMSEx deverá desenvolver e aprimorar sua estrutura e processos de capacitação de recursos humanos, de informação e divulgação do EB para a sociedade.

5. ESTRUTURA DO SISTEMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO EXÉRCITO BRASILEIRO

O SISCOMSEx está estruturado da seguinte forma:

- Órgão Central do SISCOMSEx: CCOMSEx.

- Agência Classe "A": Seções de Com Soc dos C Mil A, do Comando da Força Terrestre Componente (FTC) (quando ativado), da Escola de Comando e Estado-Maior do Exército (ECEME), da Escola de Aperfeiçoamento de Oficiais (EsAO), da Academia Militar das Agulhas Negras (AMAN), do Instituto Militar de Engenharia (IME), da Escola de Sargentos das Armas (ESA) e de qualquer Comando ou Força Conjunta ativada sob a liderança do Exército.

- Agência Classe "B": Seções de Com Soc das Divisões de Exército (DE), das Regiões Militares (RM), do Comando de Defesa Cibernética (ComDCiber), das Brigadas (Bda), do Comando da Artilharia do Exército (Cmdo Art Ex), das Artilharias Divisionárias (AD), dos Grupamentos de Engenharia (Gpt E), do Comando de Operações Especiais (C Op Esp), do Comando de Aviação do Exército (C Av Ex), do Comando de Comunicações e Guerra Eletrônica do Exército (CComGEx), além das Organizações Militares (OM) de Força de Paz (F Paz) (quando ativadas) e demais OM equivalentes.

- Agência Classe "C": Seções de Com Soc das Organizações Militares (OM) valor Unidade (U) e Subunidade (SU) Independente, dos Colégios Militares (CM), dos Centros de Preparação de Oficiais da Reserva (CPOR), dos demais Estabelecimentos de Ensino (EE) e Centros de Instrução (CI), das Circunscrições do Serviço Militar (CSM) e outras OM equivalentes.

- Agência Especial (Ag Esp): Seções de Com Soc do EME, dos ODS, dos OADI, do COTER, dos Órgãos de Apoio (OAp), das OM de Saúde (OMS) e demais OM equivalentes. Funcionam também como Agências Especiais, as Aditâncias Militares, as Delegacias do Serviço Militar (Del SM), os Tiros de Guerra (TG), além dos Destacamentos de Comunicação Social (Dst Com Soc) e Central de Comunicação Social (Cent Com Soc) (quando ativados).



Figura 2 - Estrutura do Sistema de Comunicação Social no EB

As atribuições de cada Agência de Com Soc estão elencadas no Manual de Fundamentos de Comunicação Social (EB20-MF-03.103) e nos Cadernos de Metas de Comunicação Social (CMCS), disponíveis na RESISCOMSEx.

6. TEMAS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Os temas abaixo deverão ser explorados por todas as Agências de Com Soc em quaisquer oportunidades e, tendo em vista a relevância, poderão constituir-se em Campanhas de Comunicação Social do Exército:

a. Sistema de Proteção Social dos Militares das Forças Armadas;

b. Racionalização do Exército;

c. Portfólio Estratégico do Exército;

d. Valores Militares;

e. Defesa da Amazônia;

f. Conheça Seu Exército;

g. Reserva Pró-Ativa;

h. Sistema Defesa, Indústria e Academia de Inovação;

i. Operações em curso;

j. Cooperação para as atividades de Relações Exteriores, particularmente no campo da Diplomacia Militar; e

k. outros assuntos de interesse do EB.

7. AÇÕES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Todas as agências devem zelar pela marca Exército, observando e fazendo cumprir o Manual de Uso da Marca do Exército Brasileiro.

a. A cargo do CCOMSEx

1) Desenvolver, anualmente, as seguintes ações:

a) Simpósio de Comunicação Social;

b) Estágio de Comunicação Social para Oficiais do Quadro de Estado-Maior da Ativa;

c) Estágio de Auxiliar de Comunicação Social;

d) Estágio de Correspondentes de Assuntos Militares (ECAM);

e) Estágio de Capacitação de Fotógrafos/Cinegrafistas das OM da Gu Brasília;

f) Visitas de Orientação Técnica (VOT) para os C Mil A e Guarnições com diversas OM;

g) Festival de Filmes e Fotografias Militares;

h) Estágio de Jornalismo e Assessoria de Imprensa em Áreas de Conflito (EJAIAC); e

i) Programa Conheça o seu Exército.

2) Desenvolver, anualmente, as seguintes campanhas:

a) Ingresso na Força;

b) Dia do Exército;

c) Dia do Soldado;

d) Dia da Família Militar; e

e) outras campanhas planejadas de interesse do EB.

3) Realizar a cobertura jornalística e cinefotográfica de eventos de interesse do EB.

4) Divulgar as Ordens do Dia, Alusivos e Mensagens Relativas a Datas Especiais, conforme previsto na Portaria do Comandante do Exército nº 498, de 22 de maio de 2017.

5) Captar imagens, confeccionar vídeos institucionais e divulgar, nas mídias sociais, produtos de interesse do EB.

6) Produzir, divulgar e promover notícias de atos e fatos da Força, que sejam de interesse da sociedade.

7) Conduzir reuniões/videoconferências com as Agências Classe "A" e Especiais, mensalmente, a fim de atender demandas de interesse do SISCOMSEx.

b. A cargo das Agências Classe "A"

1) Desenvolver, anualmente:

a) as comemorações em Datas Festivas; e

b) as proposições estabelecidas no Caderno de Metas de Comunicação Social (tipo "A").

2) Difundir as Campanhas de Com Soc do EB.

3) Realizar a cobertura jornalística e cinefotográfica e enviá-la ao CCOMSEx, referente aos seguintes eventos, dentre outros:

a) Operações e Exercícios no Terreno;

b) Modernização de Produtos de Defesa;

c) Ações de integração e o desenvolvimento da infraestrutura nacional;

d) Reunião de Assessores Parlamentares;

e) Visitas institucionais de representantes dos Poderes;

f) Despedida de oficial-general;

g) Aniversários de criação dos C Mil A, Grandes Comandos, Grandes Unidades, Comandos Operativos, Unidades, Subunidades Isoladas, Estabelecimentos de Ensino Militar e Centros de Instrução;

h) Viagens de instrução à AMAN e à ESA;

i) Dia das Armas, Quadros e Serviços e outras datas comemorativas;

j) Visitas de Orientação Técnica;

k) Reunião de militares da Reserva;

l) Conclusão dos cursos nos Estabelecimentos de Ensino e Centros de Instrução; e

m) Entrega da Medalha do Pacificador e da Medalha Exército Brasileiro.

4) Realizar as seguintes ações complementares:

a) estreitar os laços com a imprensa local;

b) confeccionar seu Plano de Comunicação Social e orientar as OM subordinadas na elaboração de um Plano de Comunicação Social próprio;

c) promover a realização de simpósios regionais com a participação de órgãos de mídia, estudantes universitários e outros segmentos de interesse;

d) Festival de Filmes e Fotografias Militares;

e) promover a realização de ECAM;

f) manter atualizado o cadastro dos órgãos de mídia locais e regionais, ou especializados, bem como de profissionais e empresas de interesse para a Com Soc; e

g) empregar, sempre que possível, os meios de Com Soc disponíveis para a veiculação do apoio do EB nas situações de desastres naturais e de calamidades públicas, demonstrando ao público externo o viés da "Mão Amiga".

5) Remeter, ao CCOMSEx, as Ordens do Dia, Alusivos e Mensagens Relativas a Datas Especiais, conforme previsto na Portaria do Comandante do Exército nº 498, de 22 de maio de 2017.

6) Participar de reuniões/videoconferências conduzidas pelo CCOMSEx, mensalmente, a fim de colaborar com o atendimento das demandas de interesse do SISCOMSEx.

c. A cargo das Agências Classe "B" e "C"

1) Desenvolver, anualmente:

a) o Projeto "Portas Abertas";

b) o recebimento de visitas de escolas secundaristas; e

c) as proposições estabelecidas no Caderno de Metas de Comunicação Social (tipos "B" e "C").

2) Difundir as Campanhas de Com Soc do Exército.

3) Realizar a cobertura jornalística e cinefotográfica e enviá-la ao CCOMSEx, referente aos eventos sob sua área de responsabilidade de interesse do EB.

4) Realizar as seguintes ações complementares, de acordo com suas possibilidades:

a) estreitar os laços com a imprensa local;

b) confeccionar o Plano de Comunicação Social próprio;

c) promover a realização de simpósios regionais com a participação de órgãos da mídia, estudantes universitários e outros segmentos de interesse;

d) promover a realização de ECAM;

e) manter atualizado o cadastro dos órgãos de mídia locais e regionais, ou especializados, bem como de profissionais e empresas de interesse para a Com Soc; e

f) empregar, sempre que possível, os meios de Com Soc disponíveis para a veiculação do apoio do EB, nas situações de desastres naturais e de calamidades públicas, demonstrando ao público externo o viés da "Mão Amiga".

d. A cargo das Agências Especiais

1) Desenvolver, anualmente:

a) o Projeto "Portas Abertas";

b) o recebimento de visitas de escolas secundaristas; e

c) as proposições estabelecidas no Caderno de Metas de Comunicação Social (tipo "Ag Esp").

2) Difundir as Campanhas de Com Soc do Exército.

3) Realizar a cobertura jornalística e cinefotográfica e enviá-la ao CCOMSEx, referente aos eventos sob sua área de responsabilidade de interesse do EB.

4) Realizar as seguintes ações complementares, de acordo com suas possibilidades:

a) estreitar os laços com a imprensa local ou especializada;

b) confeccionar o Plano de Comunicação Social próprio; e

c) manter atualizado, caso seja possível, o cadastro dos órgãos de mídia locais e regionais, ou especializados, bem como de profissionais e empresas de interesse para a Com Soc.

ANEXO A
LEGISLAÇÃO DE REFERÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

1. LEIS:

a. nº 8.313, de 23 DEZ 1991 – Programa Nacional de Apoio à Cultura (Lei Rouanet).

b. nº 9.610, de 19 FEV 1998 – Lei de Direitos Autorais.

2. DECRETOS:

- nº 6.555, de 8 SET 08 – Dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal e dá outras providências.

3. PORTARIA/INSTRUÇÃO/DIRETRIZ NORMATIVA DO MINISTÉRIO DA DEFESA:

a. Diretriz de Comunicação Social do Ministério da Defesa, de 10 OUT 03.

b. Portaria Normativa nº 2621/MD, de 7 DEZ 15 – Estratégia Setorial de Defesa.

c. Portaria Normativa nº 2624/MD, de 7 DEZ 15 – Política Setorial de Defesa e Seus Objetivos Setoriais.

d. Instrução Normativa nº 2, de 16 DEZ 09 – Disciplina as ações de publicidade dos órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo Federal e dá outras providências.

4. PORTARIAS DO MINISTRO DO EXÉRCITO:

a. nº 867, de 21 NOV 1991 – Diretriz sobre o Procedimento em Relação à Sociedade de Amigos da Organização Militar.

b. nº 569, de 2 SET 1996 – Plano de Atividades Culturais do Exército.

5. PORTARIAS DO COMANDANTE DO EXÉRCITO:

a. nº 317, de 3 JUL 00 – Normas para Funcionamento da Rede do Sistema de Comunicação Social do Exército (RESISCOMSEx).

b. nº 402, de 16 AGO 01 – Normas para a Publicação de Revistas Militares.

c. nº 522, de 15 OUT 01 – Vade-Mécum de Cerimonial Militar do Exército - Prática de Cerimonial e Protocolo.

d. nº 528, de 15 OUT 01 – Diretrizes Gerais para o Relacionamento do CCOMSEx com a Fundação Cultural do Exército.

e. nº 615, de 29 OUT 02 – Diretriz Estratégica do Sistema Cultural do Exército.

f. nº 101, de 18 MAR 03 – Normas para a Organização e o Funcionamento do Sistema de Comunicação Social do Exército.

g. nº 095, de 24 FEV 05 – Normas para Reprodução do Símbolo do Exército.

h. nº 280, de 30 ABR 08 – Normas para Concessão de Diploma de Colaborador Emérito do Exército.

i. nº 885, de 4 NOV 08 – Manual de Uso da Marca Exército Brasileiro.

j. nº 110, de 18 FEV 14 – Regulamento do Centro de Comunicação Social do Exército (EB10-R-11.001).

k. nº 172, de 10 MAR 14 – Regimento Interno do Centro de Comunicação Social do Exército (EB10-RI-11.001).

l. nº 445, de 19 MAIO 15 – Instruções Gerais para Utilização da Rede Mundial de Computadores pelo Exército Brasileiro (EB10-IG-01.010).

m. nº 498, de 22 MAIO 17 – Aprova a Diretriz para a Elaboração e Divulgação de Ordens do Dia, Matérias Alusivas às Datas Comemorativas e Mensagens relativas a Datas Especiais (EB10-D-11.003) e dá outras providências.

n. nº 1.066 - Cmt Ex, de 18 JUL 19 – Aprova a Diretriz Estratégica Organizadora do Sistema de Comunicação Social do Exército (EB10-D-09.005).

6. PORTARIAS DO ESTADO-MAIOR DO EXÉRCITO:

a. nº 520, de 20 DEZ 17 – Comunicação Social (EB20-MF-03.103).

b. nº 023, de 16 JAN 18 – Técnicas e Procedimentos de Comunicação Social (EB10-MT-11.001).

c. nº 196, de 1º JUL 19 – Aprova as Normas para Criação e Gerenciamento das Mídias Sociais no âmbito do Exército Brasileiro.

7. PUBLICAÇÕES DE OADI:

- Coletânea de Vade-Mécum de Cerimonial do Exército, da SGEx. Disponível em: http://www.sgex.eb.mil.br/index.php/cerimonial/vade-mecum

ANEXO B
MODELO DE CONTRATO DE CESSÃO DE DIREITO DE USO DE IMAGEM

CONTRATO DE CESSÃO DE DIREITO DE USO DE IMAGEM
Protegido pela Lei nº 9.610, de 19/02/1998 - Lei de Direitos Autorais

CONTRATO DE LICENÇA DE USO DE IMAGEM

IDENTIFICAÇÃO DAS PARTES CONTRATANTES

LICENCIADO: (nome da Empresa), com sede em (xxx), na rua (xxx), nº (xxx), bairro (xxx), CEP nº (xxx), no Estado (xxx), inscrito no C.N.P.J. sob o nº (xxx), e no Cadastro Estadual sob o nº (xxx), neste ato representado pelo seu diretor (xxx), (Nacionalidade), (Estado Civil), (Profissão), Carteira de Identidade nº (xxx) e C.P.F. nº (xxx), residente e domiciliado na rua (xxx), nº (xxx), bairro (xxx), CEP nº (xxx), Cidade (xxx), no Estado (xxx).

LICENCIANTE: (Nome do Contratado), (Nacionalidade), (Estado Civil), (Profissão), Carteira de Identidade nº (xxx), C.P.F. nº (xxx), residente e domiciliado na rua (xxx), nº (xxx), bairro (xxx), CEP (xxx), Cidade (xxx), no Estado (xxx).

As partes acima identificadas têm, entre si, justo e acertado, o presente Contrato de Licença de Uso de Imagem, que será regido pelas cláusulas seguintes e pelas condições descritas no presente documento.

DO OBJETO DO CONTRATO

Cláusula 1ª O presente CONTRATO tem como objeto a autorização, mediante licença, do uso de imagem do LICENCIANTE.

Parágrafo primeiro. O LICENCIANTE declara ser o único detentor de todos os direitos patrimoniais e morais referentes à imagem cuja licença de uso é objeto do presente CONTRATO.

Parágrafo segundo. A licença concedida neste CONTRATO abrange somente o uso especificado nas cláusulas seguintes.

Cláusula 2ª As imagens licenciadas neste CONTRATO consistem em (especificar o conteúdo e a forma das imagens).

DAS OBRIGAÇÕES DO LICENCIADO

Cláusula 3ª O LICENCIADO se compromete a utilizar a imagem do LICENCIANTE somente para os seguintes fins específicos (detalhar qual a finalidade do uso da imagem).

Cláusula 4ª As imagens serão veiculadas pelo LICENCIADO somente nos seguintes tipos de mídia: (definir os tipos: impressa, televisionada, virtual ou outra).

Parágrafo único. As imagens serão exibidas, pelo LICENCIADO, somente através desses canais: (especificar as emissoras, **sites** ou qualquer outra empresa que veiculará as imagens).

Cláusula 5ª A presente licença autoriza o LICENCIADO a exibir as imagens somente em dada área geográfica (explicitar em quais estados, regiões ou países as imagens poderão ser veiculadas).

Cláusula 6ª O LICENCIADO poderá utilizar as imagens somente pelo prazo de (xxx), contados a partir da data do pagamento, determinada na cláusula 9ª deste contrato.

Cláusula 7ª O LICENCIADO tem somente o direito do uso das imagens do LICENCIANTE para exibição nos moldes explicitados neste CONTRATO, não possuindo o direito de ceder ou vendê-las a terceiros.

Parágrafo único. O LICENCIADO não se responsabiliza pelo uso indevido das imagens, cuja licença é objeto do presente instrumento, captadas por terceiros em exibições e/ou reproduções ocorridas de acordo com as especificações estabelecidas neste CONTRATO.

DAS OBRIGAÇÕES DO LICENCIANTE

Cláusula 8ª O LICENCIANTE se compromete a ceder sua imagem para utilização, nos moldes desse contrato.

DA EXCLUSIVIDADE

Cláusula 9ª A imagem cedida pelo LICENCIANTE será de utilização exclusiva do LICENCIADO, a quem competirá o direito de tomar as medidas judiciais e/ou extrajudiciais cabível para impedir a utilização da imagem por terceiros.

Parágrafo único. O tempo da cessão com exclusividade será de (especificar o período de tempo: se será igual ao prazo de vigência do contrato ou se será por um período inferior).

DO PAGAMENTO

Cláusula 10. O LICENCIADO pagará ao LICENCIANTE, a título de contraprestação pela licença de uso da imagem desse, o valor de R$ (xxx) (valor expresso), que deverá ser pago integralmente, em parcela única, na data de (especificar a data).

Parágrafo único. O valor estipulado no **caput** da presente cláusula deverá ser depositado na conta do LICENCIANTE, nº (xxx), agência (xxx), no banco (xxx).

Cláusula 11. Em caso de não pagamento do valor da licença na data estipulada na cláusula anterior, o LICENCIANTE terá o prazo de (xxx) dias para efetuar o pagamento, com um acréscimo de (xxx)%, por dia de atraso, calculado sobre o valor devido.

Parágrafo primeiro. Após o prazo determinado no **caput** desta cláusula, não havendo o pagamento referente à licença, o presente CONTRATO será automaticamente rescindido.

DO PRAZO

Cláusula 12. O presente CONTRATO vigerá pelo prazo estipulado na cláusula 6ª.

DA RESCISÃO

Cláusula 13. O contrato poderá ser rescindido por qualquer uma das partes, não necessitando de prévia comunicação.

Parágrafo primeiro. A rescisão do presente contrato, independentemente de sua motivação, implicará a obrigação, imposta à parte que der causa à rescisão, do pagamento de multa de (xxx)% do valor da licença concedida na cláusula 9ª deste instrumento, sem prejuízo do ressarcimento por perdas e danos.

Parágrafo segundo. O desrespeito a qualquer cláusula deste contrato implicará sua automática rescisão, restando à parte infringente o pagamento da multa estipulada no parágrafo anterior.

DO FORO

Cláusula 14. Para dirimir quaisquer controvérsias oriundas do CONTRATO, será competente o foro da comarca de (especificar o foro competente).

Por estarem assim justos e contratados, firmam o presente instrumento, em duas vias de igual teor, juntamente com duas testemunhas.

(local, data e ano)

____
(nome e assinatura do LICENCIANTE)

____
(nome e assinatura do LICENCIADO)

____
(nome, assinatura e RG da testemunha 1)

____
(nome, assinatura e RG da testemunha 2)

ANEXO C

FORMULÁRIO PARA ATENDIMENTO A SOLICITAÇÃO DE APOIO EXTERNO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

1. SOLICITANTE

a. Nome da pessoa física ou jurídica solicitante;

b. Nome do responsável pelo apoio solicitado;

c. Endereço, telefone(s) e **e-mail**(s) para contato; e

d. CNPJ/CPF.

2. DESCRIÇÃO DO APOIO SOLICITADO

a. Descrever detalhadamente o apoio solicitado, contendo histórico do solicitante e citando apoios anteriores.

b. Anexar a este formulário: roteiros, fotografias, filmetes, leiautes, gráficos ou outros documentos pertinentes.

3. LOCAL E PERÍODO DE REALIZAÇÃO

- Localização e período previstos para a realização do apoio solicitado.

4. CONTRAPARTIDA (se houver)

a. Descrição objetiva da contrapartida oferecida ao Exército Brasileiro.

b. Exemplos: mídia espontânea, divulgação da marca "Exército Brasileiro", cessão de imagens para uso irrestrito, cessão parcial da tiragem do material produzido, patrocínio de campanhas publicitárias institucionais, dentre outros.

5. LISTA DE ANEXOS

- Caso considerado necessário, anexar documentos ou material que facilitem a análise da solicitação.

____

Assinatura e identificação do responsável pelo apoio solicitado